

## Chef de section Marketing

Identification	
Intitulé de l'Emploi : Responsable marketing stratégique (O125)	
Catégorie : A	Corps : Cadre exploitation
Direction : Télécoms	Unité organisationnelle (centre ou service) : Service Marketing et communication Section Marketing
Place dans l'organigramme : N-2	Nombre d'agents exerçant la fonction : 1 Nombre de postes à pourvoir : 1
Nb d'agents permanents encadrés : <ul style="list-style-type: none"><li>• Directs : 6</li><li>• Indirects : 0</li></ul>	
Missions	
<b>Missions du poste :</b> <p>Participer à l'élaboration et au déploiement de la stratégie marketing pour l'ensemble des marques, produits et services Telecoms en vue d'optimiser la lisibilité de l'offre de produits, le chiffre d'affaires, la rentabilité de l'activité et la satisfaction client.</p> <p>Développer les niveaux de maîtrise des différentes fonctions au sein de son unité, inspirer, imposer et accompagner les comportements adéquats (prise d'initiative, veille technique, productivité, qualité des rendus, entraide mutuelle, tutorat pour formation/transmission ...)</p>	
<b>Responsabilités principales du poste :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Piloter et coordonner la mise en œuvre de la stratégie marketing : superviser les chantiers marketing lancés et assurer l'interface avec les services concernés, réaliser le bilan des actions marketing et proposer des axes d'évolution, apporter un appui technique aux commerciaux dans la définition et la réalisation des plans d'actions</li><li>- Définir les conditions opérationnelles dans lesquelles s'inscrivent les activités du service (outils, pratiques, processus, référentiels internes et externes ...) en y intégrant les politiques internes d'amélioration continue et de maîtrise des risques (cartographie des risques, procédures et plan d'actions)</li><li>- Organiser le travail, suivre les charges et les conditions de réalisation, améliorer toute procédure afin de s'adapter aux nouveaux besoins</li><li>- Contrôler et piloter la bonne compréhension et application par les équipes de toutes les directives et instructions de travail, guides et procédures</li><li>- Contrôler la qualité de l'expression de besoins émis vers la section études</li><li>- Garantir la qualité de l'analyse de risques produite dans le cadre des évolutions de stratégie produits proposée</li><li>- Organiser/piloter les revues de catalogue et valider les propositions d'évolution émanant des responsables de produit</li><li>- Proposer toute amélioration de méthode ou de moyens pouvant être utile à l'optimisation de son activité et garantir la parfaite intégration/contribution des parties prenantes internes et externes</li><li>- Identifier les indicateurs pertinents de la performance des activités exercées et proposer tout dispositif permettant l'amélioration de ces performances (coûts - qualité - délais ...)</li><li>- Participer à l'élaboration et au suivi budgétaire</li><li>- Définir les meilleures modalités de fonctionnement avec la cellule communication et contrôler leurs mises en œuvre</li><li>- Rendre compte de l'activité sur tous les volets, l'analyser et en proposer à sa hiérarchie les enseignements / recommandations</li><li>- Apporter une contribution personnelle sur les sujets d'évolution, transformation et amélioration</li></ul>	

- S'approprier, mettre en œuvre et incarner les valeurs, les responsabilités et les pratiques managériales telles que spécifiées dans le référentiel managérial interne

### Compétences :

Savoir / Connaissance / Certification /diplôme requis	Savoir-faire	Comportement professionnel
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation et fonctionnement de l'OPT-NC</li> <li>- Plan stratégique</li> <li>- Produits et services de l'Office</li> <li>- Bases fondamentales du marketing, du développement et de la promotion d'une offre commerciale adaptée aux différents marchés (analyse de marché, marketing mix...)</li> <li>- Principes généraux d'établissement d'un business plan, d'un budget et de tarification d'une offre</li> <li>- Techniques de gestion de projet</li> <li>- Anglais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manager</li> <li>- Analyser un contexte, un marché, un besoin</li> <li>- Identifier un enjeu</li> <li>- Proposer un plan d'action</li> <li>- Synthétiser des informations, des données</li> <li>- Prospecter un marché, une clientèle</li> <li>- Mobiliser</li> <li>- Argumenter</li> <li>- Conduire un projet</li> <li>- Travailler en réseau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etre autonome</li> <li>- Avoir l'esprit d'équipe</li> <li>- Etre rigoureux</li> <li>- Sens de l'organisation</li> <li>- Etre persévérant</li> <li>- Sens de l'analyse</li> <li>- Esprit de synthèse</li> <li>- Aisance relationnelle</li> <li>- Faculté d'adaptation</li> <li>- Sens de l'innovation / créativité</li> </ul>

